Merchandising

Domaine : Achats / Ventes

Réf. : 2746AV

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les enjeux et les intérêts du merchandising de produits ou services.
- Maîtriser les techniques opérationnelles de merchandisi de vente.
- Intégrer le merchandising dans la stratégie commerciale vente.

PRÉ-REQUIS

Il est recommandé de connaître les fondamentaux de la vente

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Moyens pédagogiques : Alternance entre théorie et exercices pratiques. Un support de cours adapté remis à chaque participant. Salle de cours équipée / connexion internet / matériels de projection / Tableaux / Paper Board.

Modalités d'évaluation : Evaluation au fur et à mesure des exercices pratiques / Questionnaire de satisfaction / Attestation de stage / Evaluation sommative par le formateur sur 5 questions.

Formation en présentiel : A l'aide de l'application EDUSIGN, les stagiaires ont un accès afin d'émarger pendant la formation et de répondre à une opinion qualité lors de la fin de la formation.

Formation en distanciel : A l'aide d'un logiciel, les stagiaires interagissent entre eux et avec le formateur / Accès à l'environnement d'apprentissage (supports,...)et aux preuves de suivi (émargements, évaluation,opinion qualité...) via la plateforme Edusign / Convocation avec lien de connexion.

CONTENU ET MÉTHODES MOBILISÉES

Formation Merchandising

1) Organiser le merchandising dans le point de vente

Définition du merchandising
Intégrer le merchandising dans la stratégie marketing glob entreprise
Appréhender les comportements des usagers - consommateurs / leur évolution

2) S'approprier les techniques et méthodes du merchandising

- Organisation de son point de vente
- Faire évoluer l'aménagement de son espace de vente et l client / vente
- Faire le point sur les objectifs marketing et commercia
- Comment analyser ses différents espaces
- Connaître les règles d'organisation d'un PDV (Point de

3) Les règles d'implantation

- Identifier les règles de l'implantation
- La mise en valeur du mobilier
- L'implantation des produits en rayon : contraintes, org choix de la mise en place

PUBLIC CONCERNÉ

Collaborateurs impliqués dans une réflexion ou une action de merchandising

DURÉE ET DATES

-Durée :
2 jours soit 14 heures

-Délai d'accès :
Réponse par mail dans les 72h.
En inter : inscription à la prochaine session suivant le nombre de places disponibles.
En intra et en individuel : en fonction du planning déterminé par le client.

-Dates des inter-entreprises :
Nous contacter
.En Intra ou Individuel :
Nous contacter

FORMULES ET TARIFS

En inter-entreprises :
559€ HT / Jour / personne

En intra-entreprises :
1109€ HT / Jour / groupe
Groupe de 2 à 4 pers.

1409€ HT / Jour / groupe
Groupe de 5 à 10 pers.

En cours particulier :
Nous consulter

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Présentiel, Distanciel.

BESOIN D'AIDE POUR CHOISIR VOTRE FORMATION ?
02 32 74 56 94 Numéro unique d'appel

- Principes fondamentaux de la gestion du rayon
- Contribution et surface à allouer

Cas pratique :

- Comprendre la situation du point de vente pour mieux l'
- Analyser la situation du point de vente
- Etudier la clientèle et la concurrence

Fiche mise à jour le 19/04/2024

NOS CERTIFICATIONS

© FORCE 7 Formation / Conseil / Coaching - Tous droits de reproduction réservés - contact@force7-formation.fr